

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Герасименко В.Г.

“\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня магістра**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування \_\_\_\_\_ Економіка та організація

туристичної діяльності \_\_\_\_\_ (назва магістерської програми)

на тему: **«РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ  
ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ»**

**Виконавець:**

Студентка факультету міжнародної економіки

Карачевська Марія Дмитрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент Шикіна Ольга Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2018

## АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Карачевської Марії Дмитрівни

«Розробка стратегії підвищення якості послуг підприємств туризму»

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм»  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Об'єкт дослідження – процес розробки підвищення якості послуг підприємств туризму.

У роботі розглянуто: визначення сутності і значення управління якістю надання послуг, а також виявлено чинники, що впливають на підвищення якості послуг підприємства туризму; розглянуто види стратегій функціонування туристичних підприємств.

Надано оцінку конкурентного середовища туристичної фірми «Селезньов Тур» та проведено аналіз результатів фінансово-господарської діяльності на основі системи показників. Запропоновано рекомендації щодо підвищення якості послуг шляхом впровадження франчайзингових відносин та ряду заходів для їх реалізації. Спрогнозовано прибуток туристичної фірми «Селезньов Тур» на основі впровадження рекомендованих заходів.

**Ключові слова:** якість надання послуг, конкурентоспроможність, конкуренція, прибуток, рентабельність, підприємство туристичної сфери.

## ANNOTATION

Karachevska Mariia "The development of the strategy of improving the quality of tourism companies services",  
qualifying work for Master degree in specialty 242 "Tourism"  
Odessa National Economic University  
Odessa, 2018

Qualifying work consists of three chapters. The object of research is the process of development of improving the quality of services for tourism enterprises.

The work considers: definition of the essence and importance of quality management of services, as well as the factors that influence the improvement of the quality of services of the enterprise of tourism; types of strategies for the operation of tourism enterprises are considered.

The estimation of the competitive environment of the travel agency "Seleznev Tour" was given and the analysis of the results of financial and economic activity based on the system of indicators was carried out. Recommendations for improving the quality of services through the introduction of franchising relations and a number of measures for their implementation are suggested. The profit of the travel agency "Seleznev Tour" is estimated based on the implementation of the recommended measures.

**Key words:** quality of service provision, competitiveness, competition, profit, profitability, tourism industry enterprise.

## ЗМІСТ

	стр.
<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Теоретичні аспекти управління якістю туристських послуг .....	8
1.2. Особливості стратегічного управління підприємств сфери послуг .....	16
1.3. Види стратегій функціонування туристичних підприємств.....	19
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «СЕЛЕЗНЬОВ ТУР».....</b>	<b>34</b>
2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичної фірми «Селезньов Тур».....	34
2.2. Аналіз системи оцінювання якості обслуговування туристів в туристичній фірмі «Селезньов Тур» .....	48
2.3. Аналіз конкурентоспроможності туристичної фірми «Селезньов Тур» .....	67
<b>РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «СЕЛЕЗНЬОВ ТУР».....</b>	<b>80</b>
3.1. Розробка комплексу заходів щодо підвищення якості послуг туристичного підприємства «Селезньов Тур» на підставах франчайзингу.....	80
3.2. Аналіз економічної доцільності впровадження франчайзингової мережі «Селезньов Тур».....	90
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>97</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>100</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>106</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Динамізм сучасного економічного розвитку України та активізація сфери туристичних послуг обумовлюють необхідність розробки та впровадження системи управління якістю.

Враховуючи суттєві зміни в обсягах надання туристичних послуг, в умовах посилення конкуренції на світовому туристичному ринку особливої актуальності і значення набуває реформаторський підхід до розв'язання багатьох проблем, в тому числі і питань визначення якості туристичних послуг. Значний внесок у дослідження теоретичних і практичних основ якості послуг внесли праці вітчизняних та закордонних вчених: Бедрадіна Г. К. [9-17], Гайдук А. [19], Галасюк С.С. [20], Герасименко В. Г. [9, 11-13, 21], Давиденко І. В. [23], Квартальнова В. О. [16], Котлера Ф. [18], Нейздомінова С. Г. [41], Решміділова С. Л. [50] та ін.

**Мета** написання кваліфікаційної роботи – розгляд стратегій підвищення якості послуг для підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства на прикладі ТОВ «Селезньов Тур».

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- визначити аспекти управління якістю;
- виявити особливості стратегічного управління підприємств сфери послуг;
- розглянути види стратегій функціонування туристичних підприємств;
- визначити організаційно-економічну характеристику туристичної фірми «Селезньов Тур»;
- проаналізувати систему оцінювання якості обслуговування туристів туристичній фірмі «Селезньов Тур»;
- провести аналіз конкурентоспроможності туристичної фірми «Селезньов Тур»;
- розробити комплекс заходів щодо підвищення якості послуг туристичного підприємства «Селезньов Тур» на підставах франчайзингу;

- навести економічну доцільність впровадження франчайзингової мережі «Селезньов Тур».

**Об'єкт** дослідження – процес розробки підвищення якості послуг підприємств туризму.

**Предмет** дослідження – науково-практичні питання підвищення якості послуг підприємств сфери туризму на прикладі туристичної фірми «Селезньов Тур».

**Методика дослідження роботи** є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз (для аналізу конкурентних позицій туристичної фірми «Селезньов Тур»); графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі виробничої діяльності фірми); експертних оцінок (для вимірювання та оцінки конкурентоспроможності підприємств); конструктивний та експериментальний (оцінка результатів запропонованих заходів удосконалення функціонування туристичної фірми «Селезньов Тур»).

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані бухгалтерської, статистичної та внутрішньогосподарської звітності туристичних підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених розвитку туристичної індустрії, досить мало уваги приділено розробці підвищення якості послуг підприємств туризму.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності підприємств сфери туризму та підвищення іміджу туристичних підприємств.

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменування), додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 110 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 99 сторінках. Робота містить 25 таблиць, 13 рисунків.

**Публікації.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 2 публікації:

1. Карачевська М.Д. Вплив туризму на розвиток економіки держави: матеріали студентської наукової конференції «Минуле, сучасне, майбутнє» (м. Одеса, 10 квітня 2014 року). – Одеса : ОНЕУ, 2014. – 305 с. – С. 213-216.
2. Карачевська М.Д. Основні критерії оцінки якості туристичних послуг / М.Д Карачевська // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 242-245.

## ВИСНОВКИ

В сучасних умовах жорсткої конкуренції на ринку турпослуг виграють ті підприємства, які займаються розробкою, впровадженням та своєчасним коригуванням стратегії, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності турфірми.

На сьогоднішній день у зв'язку зі специфічністю діяльності туристичних підприємств можна виділити 11 методів оцінки конкурентоспроможності турфірми, яка вкрай необхідна при аналізі позицій підприємства на ринку, динаміки її розвитку, потенціалу, характеристик вироблених нею турпродуктів, поведінки конкурентів, стану економіки і подальшого врахування під час розроблення стратегії конкуренції.

Єдиної конкурентної стратегії для всіх організацій не існує, будь-яка з них унікальна в своєму роді, тому і процес вибору стратегії для кожної організації свій. Питанням вивчення конкурентних стратегій підприємств присвячені роботи багатьох зарубіжних і вітчизняних авторів: Портер М., Горєв А.П., Азоев Г.Л., Гаврилюк С.П., Юданов А.Ю., Котлер Ф. та інші.

Розробка вдалої конкурентної стратегії та її вміла реалізація стануть запорукою успіху фірми на ринку туристичних послуг і визначальним фактором для досягнення перемоги в жорсткій конкурентній боротьбі.

Вивчивши специфіку діяльності турфірми, ми з'ясували, що «Селезньов Тур» є багатопрофільним туроператором, організовує як групові, так і індивідуальні тури по різних напрямках з використанням авіа та автотранспорту; має партнерські відносини з рядом вітчизняних і зарубіжних фірм; є акредитованим агентом ІАТА.

Все це підкріплено винятковим професіоналізмом працівників і директора підприємства, що сприяє його прогресивному розвитку. Аналіз туристопотоку «Селезньов Тур» за останні три роки свідчить про нарощування загального обсягу обслужених туристів, при незначному зменшенні туристопотоку у 2016 році по окремим напрямкам та його

відновленні у 2017 році. При цьому спостерігається переважання виїзного туризму над внутрішнім, що свідчить про можливість туроператора організовувати нові тури за кордон, але починаючи з 2016 року збільшується частка внутрішнього туризму, що обумовлено економічними та політичними причинами, зниженням рівня життя громадян України в цілому.

Виходячи з цього, турфірма повинна використовувати весь свій потенціал, реалізація якого може дозволити здійснювати беззбиткову діяльність і отримувати ще більший прибуток.

За допомогою таких методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, як SWOT-аналіз, модель конкуренції Портера, факторний аналіз конкурентного середовища, побудова багатокутника конкурентоспроможності та матриці БКГ, були виявлені конкурентні переваги «Селезньов Тур» поряд з його конкурентами, а також слабкі сторони і загрози для подальшого розвитку фірми на ринку туристичних послуг, які вимагають усунення в найближчій перспективі.

Було прийнято рішення запровадити стратегію розширення географії пропозиції туристичною фірмою «Селезньов Тур» на підставі реалізації франчайзингової мережі. Для реалізації даного заходу було запропоновано інтегрувати систему контролінгу за наданням рівня якості у обслуговуванні туристів; створення call-центру мережі «Селезньов Тур»; впровадження інформаційної системи «1С:Франчайзинг» та надання можливості новим франчайзі отримати сайт візитку, який повністю інтегрується в систему «Селезньов Тур».

Впровадження відділу контролінгу франчайзингових відносин на підприємстві за терміном окупності та чистим приведеним доходом є найбільш привабливими. Слід також відмітити, що за даним заходом також найбільші витрати на його впровадження.

Створення сайту – візитки для підприємства є найменш затратним, проте за даним заходом також є найменшим показник чистого приведенного доходу в розмірі 14,6 тис. грн.



Таким чином, на основі проведеного дослідження можемо зробити висновок, що на підприємстві є доцільним впровадження чотирьох наступних заходів: створення сайту – візитки (термін окупності 4 роки), створення єдиного call-центру (4 роки), впровадження інформаційної системи «1С:Франчайзинг» (3 роки), впровадження відділу контролінгу франчайзингових відносин (3 роки).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ.
2. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР.
3. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. –К.: Держстандарт України, 2001.
4. ДСТУ ISO 9004.2-96. Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг.-К.: Держстандарт України, 2001.
5. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: Монография / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
6. Амирджанянц Ф.А. Организационно-экономический механизм повышения качества продукции в новых условиях хозяйствования. –М.: Изд-во стандартов, 1990.-228 с.
7. Ансофф И. Стратегическое управления / И. Ансофф [пер. с англ.] – М.: Прогресс, 1989. – 519 с.
8. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством. Учебник.-М.: ИНФРА-М,2000.-212 с.
9. Бедрадіна Г. К. Вибір і застосування методики оцінки якості послуг на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Науковий вісник – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. - Науки: економіка, політологія, історія. – 2008. - №14 (70). – С. 60-70.
10. Бедрадіна Г. К. Визначення рівня якості менеджменту на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна // Наукові праці МАУП. – Київ, 2011. - Випуск №1 (28). – С. 113-118.
11. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Економіка Крима. - 2010. - №1 (30). - С. 178-183.
12. Бедрадіна Г. К. Методика оцінки якості туроператорської діяльності / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Розвиток туризму в період економічної кризи: Матеріали XII Міжнародна науково-практична конференція

- студентів, аспірантів і молодих учених (м.Донецьк, 13-14 квітня 2010р.). – Донецьк: Донецький інститут туристичного бізнесу, 2010. – С. 147-148.
13. Бедрадіна Г. К. Моніторинг якості туристичного продукту у туроператорчкій діяльності / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених. — 2009. - С. 32-34.
  14. Бедрадіна Г. К. Оцінка якості менеджменту туристичної фірми на основі ключових економічних показників / Г. К. Бедрадіна // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2010. – Вип. 40. - С. 9-13.
  15. Бедрадіна Г. К. Проблемні питання впровадження міжнародних стандартів в систему менеджменту якості туристичних підприємств / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. - Науки: економіка, політологія, історія. - 2011. - №20(145). - С. 50-59.
  16. Бедрадіна Г. К. Самооцінка як основа удосконалення якості послуг підприємств туризму / Г. К. Бедрадіна // Туризм та зближення культур: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 12 жовтня 2011 р.). – 2011.
  17. Бедрадіна Г. К. Шляхи вдосконалення системи якості обслуговування в готельному бізнесі на прикладі готеля “Континенталь” м. Одеса / Г. К. Бедрадіна // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес». - Черкаси: Черкаський державний технологічний університет, 2015. - С. 203-207.
  18. Будущее за стандартизацией и сертификацией услуг.//Стандарты и качество. -2000.-№1.-С.12.

19. Гайдук А. Стратегії управління якістю у сфері туризму в Україні: ступінь та особливості використання, враховування міжнародного досвіду.- Регіональна економіка, 2005, №1.
20. Галасюк С. С. Проблеми якості надання послуг в мотелях України / С. С. Галасюк // Проблеми економіки країни: сучасний стан, розвиток та управління: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (17-18.06.2016 р.). – Львів: Львівська економічна фундація, 2016. – Ч. 1. – С. 75-78.
21. Герасименко В.Г., Бедрадіна Г.К. Вибір і застосування методики оцінки якості послуг на туристичному підприємстві – Одеса: Науковий вісник. ОДЕУ. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. - Науки: економіка, політологія, історія. - 2008. - № 14(70)-с.60-70.
22. Горев А. П. Факторы формирования конкурентного преимущества на макро- и микроуровне: учебник / А. П. Горев. – Иркутск, 2008. – 111 с.
23. Давиденко І. В. Питання визначення якості готельних послуг / І. В. Давиденко, А. В. Ушатова // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпро: НО «Перспектива», 2017. – Ч. 1. – С. 78-81.
24. Джерелюк Ю. О. Управління якістю продукції та витратами на її забезпечення (на прикладі текстильних підприємств): Автoref. Дис... канд. екон. наук: 08. 06. 01/ ун-т Поділля.- Хмельницький, 2002.- 20 с.
25. Джуран Дж. М. Качество и прибыль // Качество, торговля, экономика. – М.: Изд- во стандартов, 1970. – 182 с.
26. Евдокимов К. О. Совершенствование управления комплексным стратегическим развитием предприятий туристской индустрии: автореферат / К.О. Евдокимов. – СПб.: Институт проблем рег. эконом. Российской академии наук, 2009. – 10с.
27. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебник / М. А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.

28. Зорин И., Квартальнов В. Толковый словарь туристских терминов. – М.: Афины, 1994. – 156 с.
29. Кайлюк Є.М. Статегічний менеджмент : навч. посіб. / Є.М. Кайлюк, В. М. Андрєєва, В. В. Гриненко // Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с.
30. Кальцев В.Ф. Оцінка економічно обґрунтованих меж підвищення якості продукції промислового призначення: Автореф.дис. канд. екон. наук: 08.07.01./Ін-т. проблем ринку та екон.-еколог. досл.- Одеса, 2001.- 20 с.
31. Карачевська М.Д. Вплив туризму на розвиток економіки держави: матеріали студентської наукової конференції «Минуле, сучасне, майбутнє» (м. Одеса, 10 квітня 2014 року). – Одеса : ОНЕУ, 2014. – 305 с. – С. 213-216.
32. Карачевська М.Д. Основні критерії оцінки якості туристичних послуг / М.Д Карачевська // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 242-245.
33. Карпенко Е.М. и др. Методологические подходы к оценке уровня курентоспособности предприятий // Регіональні перспективи, 2000. – № 2–3. – С. 256–259.
34. Козак Л.В. Філософська концепція стратегії підприємства як чинник формування стратегій позиціонування / Л. В. Козак // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Економіка, 2011. – Вип. 16. – С. 159-167.
35. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2007. – 656 с.
36. Лаплыгин Ю.Н., Лаплыгин Д.Ю. Стратегический менеджмент: учебник / Ю. Н. Лаплыгин. – М.: ЭКСМО, 2010 г. – 174 с.
37. Львов Ю.А. Основы экономики и организации бизнеса. – СПб: ПИТЕР, 2002. - с. 189.

38. Майкл Е. Портер. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов; Пер. с англ.-2-е изд. –М.:Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
39. Матриненко М. М. Стратегічний менеджмент: підручник / М. М. Матриненко, І. А. Ігнат'єва. – К. : Каравела, 2006. – 320 с.
40. Минцберг Г., Куинн Дж. Стратегический процесс [пер. с. англ.] / под ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 336 с.
41. Нездоймінов С. Г. Проблеми сертифікації системи менеджменту якості підприємств готельного бізнесу / С. Г. Нездоймінов, Г. О. Ришкова // Крымский экономический вестник. – 2015. - № 4 (17). - С. 70-72.
42. Окрепилов В. В. Управление качеством. – М.: Экономика, 1998. – 639 с.
43. Омме И.Н. Ван. Качество. Пути его достижения. Требования к качеству в сфере обслуживания,/ Качество-Прогресс-Экономика// Материалы 32-й ежегодной конференции ЕОКК (Москва,1988 г.). – М.: Изд-во стандартов, 1988.-149 с.
44. Орлов О.О., Решміділова С.Л. Економічний зміст якості роботи на промисловому підприємстві// Наук. праці Донецького державного технічного університету. Випуск 22.-Донецьк: Дон ДТУ. -2001.-С. 82-85.
45. Полиенко М. «Комплекс маркетинга» / на основе McCarthy, E.J. (1964), Basic Marketing, Richard D. Irwin, Homewood, IL. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>
46. Полищук В. Туристические порталы Украины – поле чудес или? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/polischuk.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/polischuk.htm)
47. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
48. Портер М. Стратегія конкуренції [пер. с англ.] / М. Портер. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
49. Правик Ю.М. Маркетинг туризма: учебник / Ю. М. Правик. – М.:, 2008. – 303 с.

50. Решміділова С.Л. Забезпечення якості продукції на основі соціального управління якістю роботи: Автореф. дис...канд.екон.наук: 08.06.01/ Східноукр.нац.ун-т.-Луганськ,2002.-16 с.
51. Сайт туристичної компанії «Дамакс» [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://damaxtravel.com/>
52. Сайт туристичної компанії «Хороший Отдых» [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <https://xo.ua/>
53. Сокол Т.Г. Готельний комфорт як ресурс туризму.// «Туристичні ресурси України».-К.: 1996.-207 с.
54. Солов'янчик А.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг: дис. канд.економ. наук.: 08.00.04 / А.В. Солов'янчик; Державний Вищий Навчальний Заклад «Київський Національний Економічний Університет Імені Вадима Гетьмана». – Київ, 2017. – 243 с.
55. Стасюк Л.Л. Управління якістю внутрішньофірмового планування у торгівлі: Автореф. Дис...канд.екон.наук: 08.07.05./Київ.нац.екон.ун-т.-К., 2003.-17 с.
56. Харрингтон Дж. Управление качеством в американских корпорациях: Пер. с англ.-М.:Экономика, 1990.-296 с.
57. Чайка И.И. Развитие стандартизации в области качества // Світ якості України. — 2004. — є 2. — С. 2—24.
58. Шишкин И.Ф. Метрология, стандартизация и управление качеством. – М.: Изд. Стандартов.2001. – 325с.
59. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учебно-практическое пособие / А. Ю. Юданов. – М, 1998. – 295с.
60. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. Под ред. Янкевича В.С.-М.: Финансы и статистика, 2005.-416 с.